

ЛОГИСТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Каналы сбыта и основные посредники

РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА -

это управление транспортированием, складированием и всеми логистическими операциями, совершаемыми в процессе доведения ГП (готовой продукции) до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации.

РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНУЮ ЛОГИСТИКУ МОЖНО РАССМАТРИВАТЬ В СЛЕДУЮЩИХ ДВУХ АСПЕКТАХ:

- как изучение потребностей рынка (маркетинг); как способы и методы наиболее полного удовлетворения этих потребностей путем эффективной организации транспортно- экспедиционного, складского процессов, обслуживания потребителей. как изучение потребностей рынка (маркетинг);
- как способы и методы наиболее полного удовлетворения этих потребностей путем эффективной организации транспортно- экспедиционного, складского процессов, обслуживания потребителей.

ТРАДИЦИОННОГО ПОДХОДА К ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТА И ПРОДАЖИ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В:

- подчинение процесса управления МП целям и задачам маркетинга;
- системная взаимосвязь процессов распределения, производства и закупок;
- системная взаимосвязь всех функций внутри самого распределения. подчинение процесса управления МП целям и задачам маркетинга;
- системная взаимосвязь процессов распределения, производства и закупок;
- системная взаимосвязь всех функций внутри самого распределения.

ЗАДАЧИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ

На микроуровне:

- планирование процесса реализации товара;
- организация получения и обработки заказа;
- выбор вида упаковки, принятие решений о комплектации, организация выполнения операций, предшествующих отгрузке;
- организация отгрузки продукции;
- организация доставки и контроль транспортирования; организация послереализационного обслуживания. планирование процесса реализации товара;
- организация получения и обработки заказа;
- выбор вида упаковки, принятие решений о комплектации, организация выполнения операций, предшествующих отгрузке;
- организация отгрузки продукции;
- организация доставки и контроль транспортирования; организация послереализационного обслуживания.

НА МАКРОУРОВНЕ:

- ⦿ выбор схемы распределения МП (материального потока);
- ⦿ определение оптимального количества РЦ (распределительных центров);
- ⦿ определение оптимального места расположения РЦ (складов) на обслуживаемой территории и др. выбор схемы распределения МП (материального потока);
- ⦿ определение оптимального количества РЦ (распределительных центров);
- ⦿ определение оптимального места расположения РЦ (складов) на обслуживаемой территории и др.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ КАНАЛ -

это частично упорядоченное множество различных посредников (организаций или отдельных лиц), осуществляющих доведение МП от конкретного производителя до его потребителей. После того, как делается выбор конкретных участников процесса движения МП, логистический канал преобразуется в логистическую цепь.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОСРЕДНИКОВ ПРИ РАСПРЕДЕЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ ПОЗВОЛЯЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ:

- сократить объем работ и финансовые средства на распределение продукции;
- вкладывать сэкономленные средства в основное производство;
- продавать продукцию более эффективными способами;
- более эффективно доводить продукцию до целевых рынков.
сократить объем работ и финансовые средства на распределение продукции;
- вкладывать сэкономленные средства в основное производство;
- продавать продукцию более эффективными способами;
- более эффективно доводить продукцию до целевых рынков.

ТРАДИЦИОННЫЕ КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЯВЛЯЮТСЯ ГОРИЗОНТАЛЬНЫМИ.

Они состоят из независимого производителя и одного или нескольких независимых посредников. Каждый участник канала представляет собой отдельное предприятие, стремящееся обеспечить себе максимальную прибыль. Максимально возможная прибыль отдельного участника канала может идти в ущерб максимальному извлечению прибыли системой в целом, так как ни один из членов канала не имеет полного или достаточного контроля над деятельностью остальных членов.

ВЕРТИКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ -

это каналы, состоящие из производителя и одного или нескольких посредников, действующих как одна единая система. Один из участников канала, как правило, либо является собственником остальных компаний- участниц, либо предоставляет им определенные привилегии. Таким участником может быть производитель, оптовый или розничный посредник. Вертикальные каналы возникли как средство контроля поведения канала. Они экономичны и исключают дублирование членами канала выполняемых функций.

ТИПЫ ПОСРЕДНИКОВ В КАНАЛАХ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ:

Классификацию посредников проводят по двум признакам:

- от чьего имени работает посредник;
- за чей счет посредник ведет свои операции.

Классификацию посредников проводят по двум признакам:
от чьего имени работает посредник;

- за чей счет посредник ведет свои операции.

- ◉ ДИЛЕРЫ--это оптовые (реже розничные) посредники, которые ведут операции от своего имени и за свой счет.
- ◉ Дистрибьюторы - оптовые и розничные посредники, ведущие операции от имени производителя и за свой счет.
- ◉ Комиссионеры - это оптовые и розничные посредники, ведущие операции от своего имени и за счет производителя.
- ◉ Агенты - посредники, выступающие в качестве представителя или помощника другого, основного по отношению к нему лица
- ◉ Брокеры - посредники при заключении сделок, сводящие контрагентов.